

Cecilia Labate y César Arrueta (Compiladores)

La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios

San Salvador de Jujuy, Ediunju, 2017, 306 p. ISBN 978-950-721-524-7

El libro *La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios*, compilado por Cecilia Labate y César Arrueta, es una lectura recomendable para estudiantes y para profesionales de la comunicación en todos sus aspectos. En él, se pone en tensión el contexto controvertido y polémico de una ecología de medios con un claro anclaje a un escenario digital que se proyecta como vórtice de convergencia tecnológica.

La pluralidad de voces que agrupa este libro hace que el lector integre una mirada profunda sobre las problemáticas emergentes, en el contexto de los medios actuales, invitando a pensar sobre estrategias de mediación, dinámicas de producción y marcos normativos en los procesos comunicacionales actuales.

El hilo narrativo de estas temáticas propone en forma *cuasi* imperativa asumir una mirada analítica de los nuevos perfiles de las audiencias, asociadas al ecosistema convergente en el que las comunidades se congregan bajo códigos nuevos e inestables; los planteos comunicacionales privados y estatales deben encontrar la forma de desentramar y analizar las apetencias de consumidores que se empoderan tecnopolíticamente en los entornos digitales, asumiendo roles en la producción y colaboración crítica.

Según esta arquitectura narrativa, el libro plantea dos momentos o partes que indudablemente dialogan entre sí en

forma constante. En la primera parte, titulada “Nuevos escenarios: una discusión necesaria”, los autores demandan un trabajo analítico sobre las potencialidades de la convergencia en torno al marco legal, centrando la mirada en las políticas públicas que regulen el mercado de la comunicación, que se encuentra en un estado de metamorfosis ante el contexto digital en puja, en el que la neutralidad de los marcos regulatorios es una preocupación que atraviesa este primer momento de lectura. Los autores crean la necesidad de pensar en la emergencia de cambios en la cultura periodística, en cuanto a circulación, producción y construcción de sentido social con el concepto de posverdad como bisagra. En este sentido, se analizan los conceptos de lo público y privado en las plataformas digitales como un entretejido binario en el que se establecen nuevos modos de convivencia y construcción de la ciudadanía.

Ana Bizberge propone un análisis sobre las políticas de comunicación en el contexto de un ecosistema digital convergente donde las relaciones del mercado se encuentran en un estado de fluctuación en la cadena de valor. De allí emerge el concepto de *level playing field* en los planteos de regulación en el cambio de modelos verticales a horizontales.

La mirada crítica de Bizberge propone un estado de tensión analítica, puntualizando la premisa de la neutralidad tecnológica y de la consideración del mercado audiovisual de telecomunicaciones e Internet como si fuese cualquier otra industria.

Continuando con este análisis sobre las políticas de medios en el contexto de convergencia en la Argentina, Bernadette Califano hace un acercamiento a los aspectos más relevantes de la llamada Ley Argentina Digital, desmenuzando la regulación de las Tecnologías de Información y la Comunicación que se dieron entre los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri. Su análisis llama a la reflexión sobre las modificaciones realizadas por el gobierno actual, las cuales apuntan a promover una menor competencia y la concentración en pocos y grandes medios.

Cecilia Labate y Pablo Kolyvakis proponen un recorrido analítico sobre el concepto de una red neutral, para lo cual convocan a reflexionar sobre los debates legislativos y la elaboración de políticas públicas regulatorias sobre la base del principio de neutralidad de la red en la Argentina entre 2011 y 2014, lo que da como resultado dos artículos sujetos a la Ley Argentina Digital sancionados a final del 2014, sobre los cuales los autores plantean la necesidad de repensar la fuerza que hoy tiene el marco regulatorio sobre el intercambio de los paquetes de información.

A esta situación de tensión en los marcos regulatorios en el contexto de convergencia digital, César Arrueta agrega al debate cognitivo la crisis periodística en el nuevo ecosistema de medios, en donde su práctica debe readecuarse a un escenario de constante interacción e instantaneidad. El autor lleva a realizar un análisis crítico sobre las estrategias de captación de la atención del público/usuario en sitios digitales de noticias.

Entramado en este análisis sobre el periodismo en tiempos de convergencia, Francisco Arri y Ana Laura García Luna proponen pensar sobre la posverdad en el marco

de internet y sus efectos en la construcción de sentido social. Las redes digitales emergen como detonantes de cambio en la circulación, producción y reconocimiento, lo que impacta tanto en el sentido simbólico como en el económico en la cultura periodística.

Continuando en esta línea de análisis, Marcelo Brunet abre los interrogantes sobre la influencia de las plataformas digitales en la construcción ciudadana. La opinión que se construye en ellas sin duda invita a pensar sobre su dimensión política y el empoderamiento de la ciudadanía en torno a ellas, para lo cual el autor motiva a reflexionar sobre la campaña electoral por la gobernación en el año 2015 y el acampe de la organización Tupac Amaru en la ciudad de Jujuy.

Vinicius Biazotti y Marcelo Engel Bronosky profundizan esta mirada sobre los flujos y los quiebres que se dan en el periodismo en una ecología digital convergente, en la cual las redes sociales se comportan como fenómenos que alteran las lógicas de los medios de comunicación y de las audiencias.

Cerrando esta primera parte del libro, Luciano Galup interpela a un análisis profundo acerca de cómo los datos afectan las estrategias de comunicación política: no solo el presupuesto disponible es la variable más importante en las campañas políticas.

Galup da cuenta de que en la nueva ecología de medios la comunicación política es un proceso sin pausa, que redefine las mediaciones entre ciudadanos y la política, situación que posiciona a la comunicación en estos momentos de convergencia en un desafío constante a la exploración.

El segundo momento de lectura, titulado "Medios digitales: gestión, contenidos y circulación en contextos convergentes", propone adentrarnos en el ecosistema tecnológico

convergente, y generar un cuestionamiento persistente sobre la potencialidad de participación de las audiencias, en un escenario asimétrico en cuanto a las tarifas de servicios públicos que afectan el acceso social, y, en torno a ello, los modelos de negocio en la industria mediática, lo que conduce a reflexionar sobre las nuevas lógicas conversacionales que dan cuenta de un nuevo contexto comunicacional.

Aquí la lectura orienta a observar cómo comienzan a presionar los contextos públicos y privados, obligándolos a transformarse concomitantemente a la transición actual entre un sistema de medios que se encuentra en plena mutación orientada hacia un ecosistema digital dominante.

En este escenario, Ernesto Calvo y Natalia Aruguete proponen pensar sobre el efecto disruptivo de las redes sociales en “el armado” de la agenda: el proceso de información que realizan los usuarios es una variable influyente, lo cual pone en evidencia que las instituciones mediáticas ya no ostentan el poder monolítico para fijar la agenda pública.

Los autores ponen en tensión esta situación analizando el diálogo que se produjo entre la agenda política, la mediática y la pública del 8 al 20 de agosto de 2016, cuando el gobierno nacional aplicó el aumento de tarifas públicas.

La metamorfosis que está sufriendo el ecosistema de medios se proyecta en las lógicas de producción de bienes y contenidos simbólicos que son analizados por Santiago Marino y Agustín Espada, quienes se sitúan en el momento de transición que está sufriendo el modelo de negocios, y particularmente el de la publicidad. Convocan a identificar cómo los medios de comunicación

tradicionales y los emergentes se reconfiguran y adecuan al desafío de la convergencia.

Continuando sobre esta lógica de producción y cambios en los modelos de negocios en contextos de convergencias, Ornella Carboni aborda la industria televisiva y su proyección en la red, analizando las estrategias de *engagement* de las audiencias “televisivas clásicas” y apostando al escenario digital y a pantallas complementarias.

En este contexto de cambio, Francisco Albarello hace pensar sobre las estructuras y lógicas conversacionales en el ecosistema digital, en donde los medios de comunicación coevolucionan, mutando paulatinamente, ajustándose a nuevas realidades, las cuales demandan lenguajes y estilos propios vinculados al contexto de convergencia.

Albarello propone una mirada particular para comprender el nuevo comportamiento de las audiencias en el ecosistema de medios actuales, en el cual la estrategia de captación de las audiencias debe enfocarse hacia una actitud conversacional, con un protagonismo superlativo del usuario en el proceso comunicacional.

El desarrollo de las plataformas digitales sin duda ha generado transformaciones profundas en los medios de comunicación, que intentan adecuarse al ecosistema actual. Alejandra Páez y Carolina Rubini dan cuenta de estas transformaciones que se están produciendo en la industria televisiva. Las autoras analizan la fragmentación de los consumos en función de nuevos servicios tal como TV-OTT, y la emergencia de nuevas audiencias/usuarios que demandan ubicuidad y estructuras flexibles y personalizables de las propuestas audiovisuales.

Con esta misma perspectiva de análisis, en cuanto a las transformaciones que transitan

los medios tradicionales con el fenómeno de convergencia, Claudio Avilés propone observar cómo impacta este fenómeno en las radios, de lo que surge una nueva especie en el ecosistema digital: las “ciberradios”, en función de lo cual es preciso plantear estrategias de producción de contenidos adaptadas al contexto convergente.

Finalmente Esteban Zunino propone un análisis minucioso de la campaña presidencial del 2015 en la Argentina, y puntualiza su trabajo sobre el rol que ocuparon los medios

en la configuración de la opinión pública. Su análisis conduce a reflexionar sobre la acción mediática en la construcción de estrategias comunicacionales como insumos electorales.

Como el lector puede observar este libro muestra los cambios profundos que se están generando en los procesos comunicacionales, en donde la convergencia es analizada en función de casos locales y actuales, lo cual es altamente provocativo y disruptivo respecto de los enfoques de análisis en los procesos comunicacionales.

Sergio Magallanes

magallanes.sergio.a@gmail.com

*Universidad Nacional del Centro de la Provincia
de Buenos Aires, Olavarría, Argentina.*

Facultad de Ciencias Sociales

